

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

รถยนต์ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความจำเป็นและขาดไม่ได้ในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน กอปรกับการพัฒนาอย่างไม่มีขีดจำกัดของเทคโนโลยี ส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ อาทิ ยางรถยนต์ อะไหล่และชิ้นส่วน ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนรถยนต์จดทะเบียนที่เพิ่มขึ้น โดยล่าสุด ณ 31 ตุลาคม 2553 จำนวนรถยนต์สะสมทั่วประเทศเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 4.48 เมื่อเปรียบเทียบกับสถิติช่วงสิ้นสุุดปีปฏิทิน 2552 ส่งผลให้ประเทศไทยมียอดรถยนต์สะสมเพิ่มขึ้นจากเดิม 26,258,235 คัน เป็น 27,434,890 คัน (กรมการขนส่งทางบกกระทรวงคมนาคม, 2553: ออนไลน์) ทั้งนี้ความต้องการใช้รถยนต์ยังมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหัวเมืองใหญ่ ซึ่งต้องอาศัยระบบคมนาคมขนส่งทั้งในเชิงพาณิชย์และส่วนบุคคล

นอกจากอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ขยายตัวแล้ว อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับยานยนต์ก็เติบโตควบคู่กัน ดังจะเห็นได้จากในครึ่งปีแรก 2553 มีการจำหน่ายยางรถยนต์ในประเทศประมาณ 9.65 ล้านเส้น และยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากสถานะเศรษฐกิจของประเทศที่ฟื้นตัวขึ้น อย่างไรก็ตามการแข่งขันในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ก็มีแนวโน้มเพิ่มความรุนแรงมากขึ้น กอปรกับการเข้าสู่ตลาดของยางสัญชาติอื่นที่มีต้นทุนต่ำ และราคาถูก ทำให้ตลาดยางรถยนต์เปิดกว้างขึ้นสำหรับผู้แทนจำหน่ายรายใหม่ ที่สามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคาจากการผูกขาดสินค้าของตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่ (ฉัฐวุฒิ สุทธิพงษ์, 2553: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่ถือได้ว่าเป็นหัวเมืองที่มีความสำคัญเป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร ถูกกำหนดให้เป็นเมืองศูนย์กลางความเจริญของภาคเหนือ ส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการใช้ที่ดินอย่างไร้ทิศทาง เมืองมีการขยายตัวออกไปวงกว้าง มีการตั้งถิ่นฐานที่อยู่อาศัยโดยรอบขอบเมือง ส่งผลให้เกิดความต้องการในการเดินทางมากขึ้น กอปรกับระบบขนส่งมวลชนของเมืองมีอยู่อย่างจำกัด จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในเมือง (ปริญา ปฏิพันธ์, 2553: ออนไลน์) ด้วยเหตุนี้รถยนต์ส่วนบุคคล จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ชาวเชียงใหม่จำเป็นต้องใช้ในการเดินทางโดยหลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่งผลให้จำนวนรถยนต์ในจังหวัดเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากสถิติยอดรถยนต์จดทะเบียน

ใหม่ (ป้ายแดง) ในเขตจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้นจาก 13,692 คันในปี 2552 เป็น 19,115 คัน ณ พฤศจิกายน 2553 คิดเป็นร้อยละ 39.6 ส่งผลให้จังหวัดเชียงใหม่มียอดรถยนต์สะสมทั้งสิ้น 967,305 คัน (กรมการขนส่งทางบกกระทรวงคมนาคม, 2553: ออนไลน์)

ทั้งนี้จากความต้องการใช้รถยนต์ที่เพิ่มขึ้นของชาวเชียงใหม่ ส่งผลให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับยานยนต์เติบโตขึ้นควบคู่กัน ยังผลให้ธุรกิจผู้แทนจำหน่ายยานยนต์ภายในจังหวัดมีการแข่งขันที่รุนแรง จากการสำรวจ ณ เดือนพฤศจิกายน 2553 ผู้แทนจำหน่ายยานยนต์รายใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนมากถึง 82 ราย ซึ่งสถิติดังกล่าวยังไม่รวมผู้แทนจำหน่ายรายย่อยอีกจำนวนมาก (บริษัท ดันลอป ไทร์ (ไทยแลนด์) จำกัด, 2553: ออนไลน์) อีกทั้งยังมีคู่แข่งรายใหม่ที่มีทุนสูง และมีสาขาทั่วประเทศ อาทิ B-Quick ซึ่งประกาศแผนการดำเนินงานเพื่อรุกตลาดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยในปัจจุบันขยายสาขาเพิ่มเป็น 3 แห่ง และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มการลงทุนเพื่อขยายฐานลูกค้าให้เทียบเท่ากับหัวเมืองใหญ่อื่นๆ (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2553: ออนไลน์)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ ก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ. 2512 ตั้งอยู่ที่ 132/1 ถ. เชียงใหม่-ลำปาง ต. ช้างเผือก อ. เมือง จ.เชียงใหม่ โดยดำเนินธุรกิจจำหน่ายยานยนต์ ล้อแม็กซ์ และให้บริการตรวจเช็คสภาพ เปลี่ยนถ่าย และซ่อมบำรุงเครื่องยนต์ครบวงจร ภายใต้วิสัยทัศน์การเป็นร้านยางที่นำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ ผ่านการบริการด้วยหัวใจ โดยเจ้าของร้านที่มีประสบการณ์กว่า 40 ปี และพนักงานผู้ชำนาญงานจำนวน 25 คน ลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ที่มีประวัติอยู่ในทะเบียนลูกค้าของกิจการ ณ ปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 4,364 ราย แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อองค์การ จำนวน 143 ราย และกลุ่มลูกค้าทั่วไป 4,221 ราย โดยมีอัตราส่วนการเข้าใช้บริการ แบ่งเป็นร้อยละ 15 ต่อ ร้อยละ 85 ตามลำดับ (รายงานประจำปี ห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์, 2553)

ปัจจุบันห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเฉลี่ย 20 รายต่อวัน สร้างรายได้ให้แก่กิจการประมาณ 40 ล้านบาทต่อปี ซึ่งรายได้หลักจะมาจากการจำหน่ายยานยนต์ ซึ่งเทียบเป็นร้อยละ 70 ของรายได้ทั้งหมด โดยกลุ่มลูกค้าทั่วไปจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่สร้างรายได้ให้แก่กิจการสูงสุด ในขณะที่ลูกค้าองค์การถือเป็นกลุ่มที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์ต้องอาศัยการเสนอราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ซึ่งเป็นปัจจัยจูงใจที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการของลูกค้ากลุ่มนี้ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่จะขยายตัวอย่างคึกคัก จำนวนรถยนต์จดทะเบียน (ป้ายแดง) ก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์กลับประสบปัญหาการเติบโตของยอดขาย ที่ลดลงเป็นลำดับ โดยเมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายของปีก่อนหน้า ยอดขายของห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์ในช่วงปี 2550 ถึง 2553 ลดลง ร้อยละ 3, ร้อยละ 2.27 และร้อยละ 2.75 ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อ

เปรียบเทียบยอดขาย ณ สิ้นสุดเดือนพฤศจิกายน 2552 กับระยะเวลาเดียวกันของปี 2553 ห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์มียอดขายลดลงถึง 678,181 บาท (รายงานประจำปี ห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์, 2553) ทั้งนี้แม้ส่วนหนึ่งจะเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนคู่แข่งในตลาด แต่แนวโน้มของการลดลงของยอดขายก็ทำให้ผู้บริหารห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ มีความกังวล และต้องการทราบถึงสาเหตุของปัญหาเพื่อหาทางแก้ไขอย่างเร่งด่วน

ทั้งนี้ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ให้แก่กิจการสูงสุด เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ และปัญหาของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาการลดลงของยอดขาย อีกทั้งยังสามารถรักษาสวนครองตลาด และขยายฐานลูกค้า เพื่อที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ยางยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่าง การรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือ ความมีประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการที่คาดหวังไว้ (Expected Performance) ต่อกลยุทธ์

ส่วนประสมทางการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ขยายยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัด เชียงใหม่

ลูกค้า หมายถึง ผู้ใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ขยายยนต์ช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งลูกค้าประจำและลูกค้าจร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อการบริโภคส่วนบุคคล มีจำนวน 4,221 ราย โดยไม่รวมลูกค้าองค์กร จำนวน 143 ราย (รายงานประจำปี ห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ขยายยนต์ช่วงสิงห์, 2553)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เสงส์สวัสดิ์ขยายยนต์ช่วงสิงห์ หมายถึง ร้านที่ดำเนินธุรกิจจำหน่ายยางรถยนต์ ล้อแม็กซ์ และให้บริการตรวจเช็คสภาพ เปลี่ยนถ่าย และซ่อมบำรุงเครื่องยนต์ครบวงจร ตั้งอยู่ เลขที่ 132/1 ถนนเชียงใหม่-ลำปาง ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เริ่มเปิดบริการเมื่อปี พ.ศ. 2512 ถึงปัจจุบัน